

## Analysephase

### Der Verein ermittelt IST-Zustand!

Die Entwicklung eines [Vereinsmarketingkonzeptes](#) beginnt mit der Analysephase. In der Analysephase geht es darum, möglichst viele, für das Vereinsmarketing relevante Informationen zusammenzutragen.

Die Analysephase liefert dem Verein Antworten auf die Fragen:

- Wie ist die aktuelle Situation im Verein? Wo ist man gut aufgestellt und wo gibt es Weiterentwicklungspotenziale?
- Wie ist Vereinssituation im Vergleich zur Konkurrenz (anderen Sportvereinen und sonstigen Wettbewerbern)? Besitzt der Verein Alleinstellungsmerkmale?
- Welche Zielgruppen will man erreichen und wie lassen sich diese segmentieren (einteilen)?
- Welche Erwartungen/Wünsche haben die Vereinszielgruppen und wie kann ich diesen als Sportverein Rechnung tragen?
- Welche Umfeldfaktoren (z.B. gesellschaftliche Trends und soziodemografische Entwicklungen) haben Einfluss auf die Vereinsentwicklung?

Die Ergebnisse (Erkenntnisgewinne) der Analysephase sind Grundlage für die Erstellung der Vereinsstrategie ([Strategiephase](#)).

Die in der Analysephase gewonnenen Erkenntnisse helfen auch bei der [Planung und Umsetzung von operativen Marketingmaßnahmen](#).

Umfassende Erkenntnisse zur Ist-Situation liefern:

- [Vereinsanalyse](#)
- [Konkurrenz- bzw. Wettbewerberanalyse](#)
- [Kundenanalyse](#)
- [Marktbestimmung](#)
- [Umfeldanalyse](#)
- [Portfolio-Analyse](#)
- [SWOT-Analyse](#)
- [Imageanalyse](#)

Wenn Sie auf den jeweiligen Fachbegriff klicken, erhalten Sie detaillierte Informationen.